

Opinnäytetyö (AMK)

Diakin viestinnän koulutusohjelma

Journalismi

2013

Minna Kontulainen

# URHEILUMEDIAN SIVULAUSESSA

– Naisurheilijoiden käsitys omasta  
medianäkyvyydestä



TURUN AMMATTIKORKEAKOULU  
TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Minna Kontulainen

## URHEILUMEDIAN SIVULAUSEESSA

Joissain maissa urheilu on ollut pitkään sallittua vain miehille, eikä naisten ole annettu urheilla lainkaan. Meillä Suomessa naiset ovat saaneet urheilla yhtä kauan kuin miehetkin, tosin lajeja on ollut vähemmän. Naisurheilijoiden arvostus ei silti Suomessakaan ole vielä sadan vuoden jälkeen lähelläkään miesurheilijoiden arvostuksen tasoa. Naisten asemaa urheilumaailmassa hankaloittaa myös median heikko arvostus heitä kohtaan.

Opinnäytetyöni tarkoituksena on selvittää, mitä mieltä huippu-urheilijanaiset Suomessa ovat omasta medianäkyvyydestään. Tutkimuksen avulla haluan selvittää: Onko urheilijoiden mielestä naisurheilun arvostus kohdallaan? Millaisena he kokevat urheilumedian? Opinnäytetyössäni on myös tuoteosa, joka koostuu MTV3:n Tuloruutuun menestyneistä naisurheilijoista tehdyistä jutuista.

Tutkimusmenetelmä työssäni on sekä määrällinen että laadullinen. Suurempaa ja tärkeämpää osaa tutkimuksesta edustaa kuitenkin laadullinen tutkimus. Aineistona käytän internetkyselyllä tekemää kyselytutkimusta. Tuoteosani uutisjutut toimivat esimerkkeinä naisurheilijoiden näkyvyydestä television urheilu-uutisissa. Lähdekirjallisuudella syvennetään taustoja ja pohditaan, onko edellisistä tutkimuksista saatu eriäviä tuloksia. Viitekehyksessä opinnäytetyöni tutkimustulokset perustuvat siis neljään eri tietoperustaan: lähdekirjallisuuteen, omien juttujen tekemiseen, naisurheilijoille teetettyyn kyselytutkimukseen, sekä omiin havaintoihin urheilutoimittajana.

Opinnäytetyössäni selviää, että naiset hahmottavat median problematiikan rahan ja katsojien välillä. Naisurheilijat ymmärtävät, miksi miesten lajit ovat suuremmassa roolissa urheilumediassa. Kyselytutkimukseen vastanneet urheilijat ovat naisten urheilun arvostuksesta montaa mieltä. Osa uskoo arvostukseen, osa ei. Kaikki ovat kuitenkin yhtä mieltä siitä, että arvostus on noussut naisurheilijoiden menestyksen myötä. Tutkimuksessa selviää myös, että naisten mielestä urheilumedian kanssa toimiminen on positiivista ja miellyttävää.

### ASIASANAT:

Huippu-urheilu, urheilu-uutiset, naisurheilu, Tuloruutu, MTV3, urheilujournalismi, Lontoon 2012 olympialaiset

BACHELOR'S THESIS | ABSTRACT

TURKU UNIVERSITY OF APPLIED SCIENCES

Degree programme of Journalism

2013 | 37

Instructor: Juha Sopanen

Minna Kontulainen

## IN THE SUBORDINATE CLAUSE OF SPORTS MEDIA

In some countries, sport has been forbidden for women and men have been the only ones who have been allowed to do sports. Here in Finland women are allowed to participate in sport activities just like men. In spite of this, the male athletes enjoy higher appreciation than the female athletes. The lack of appreciation is strengthened by the fact that media do not respect female athletes to the same extent as the male ones.

The aim of the present bachelor's thesis is to research what the top athletes in Finland think about their visibility in the media. The purpose was to explore if they think that the appreciation corresponds to the real achievements and how do they experience the sports media. The thesis contains also a product part which is based on the practical training period that was done for MTV3 sports news.

The research was conducted by using both quantitative and qualitative methods, the focus, however, being on the qualitative research. The main data were collected by a survey carried out on the Internet. In addition, the product part provides examples of how women athletes are seen in the sport news. The theory section is based on literature and discusses the background and previous research on the subject. The results of the present study are based on four types of data: source literature, the reports written by the author, the survey results and observation.

The results of the present study show that women understand the problem between money and audience. The female athletes recognize the reasons why masculine sports play a bigger role in the media. The respondents of the survey had different views about the appreciation of female athletes. Although the respondents disagreed on the degree of appreciation all agreed that it has increased with the success. Everyone thought as well that working with the sports media is positive and pleasant.

### KEYWORDS:

Sport, female athletes, sports media, sports news, MTV3 sports news, Internet

# SISÄLTÖ

<b>1 JOHDANTO</b>	<b>6</b>
<b>2 MEDIA, URHEILU JA NAISET</b>	<b>7</b>
2.1 Urheilujournalismin erikoispiirteitä	7
2.1.1 Urheilujournalismin määritelmä	7
2.1.2 Urheilujournalismin historiaa	8
2.1.3 Urheilujournalismin nykytila	10
2.2 Naiset urheilumediassa	12
2.2.1 Naisurheilun näkyvyys mediassa	12
2.2.2 Naisurheilun historia mediassa	14
2.2.3 Naisurheilun nykytila mediassa	15
<b>3 TUTKIMUSMENETELMÄT</b>	<b>19</b>
3.1 Tutkimuksen tarkoitus	19
3.2 Tutkimusmenettely ja -menetelmät	20
3.3 Aineiston hankinta	20
3.4 Tutkimuskysymykset	21
<b>4 AINEISTON ANALYYSI</b>	<b>23</b>
4.1 Ammattilainen vai amatööri?	23
4.2 Mistä naisurheilulle mediatilaa?	23
4.3 Naisurheilijoiden näkyvyys usein vain paikallislehdissä	24
4.4 Päivittäinen medianäkyvyys harvinaista	25
4.5 Positiivista, helppoa, haastavaa ja miellyttävää medianäkyvyyttä	25
4.6 ”Tasa-arvoon vielä matkaa”	27
4.7 Yksilölajit näkyvillä	28
4.8 Saavutukset vai ulkonäkö?	28
4.9 Miehet vs naiset	29
<b>5 TULOSRUUTU-JUTUT MENESTYNEISTÄ NAISURHEILIJOISTA URHEILU- UUTISISSA</b>	<b>30</b>
5.1 Televisiojutut menestyneistä urheilijoista	30
5.2 Analyysi juttujen toteutuksesta	31
<b>6 YHTEENVETO TUTKIMUSTULOKSISTA JA POHDINTAA</b>	<b>32</b>

## **LIITTEET**

Liite 1. Webropol-kysymykset naisurheilijoille.

# 1 JOHDANTO

Kaikilla naisurheilijoilla oli ensimmäisen kerran mahdollisuus osallistua olympialaisiin Lontoossa 2012. Ennen tätä osa maista on kieltänyt naisten osallistumisen. Joissain maissa urheilu on ollut pitkään sallittua vain miehille, eikä naisten ole annettu urheilla lainkaan. Meillä Suomessa naiset ovat saaneet urheilla yhtä kauan kuin miehetkin, tosin lajeja on ollut vähemmän. Naisurheilijoiden arvostus ei silti Suomessakaan ole vielä sadan vuoden jälkeen lähelläkään miesurheilijoiden arvostuksen tasoa. Median kuluttajat ja mediatatolot arvostavat heikosti naisurheilua. Tämä heijastuu aina urheiluareenoille saakka.

Urheilu on koettu miesten valta-alueeksi, jossa naiset ovat vain marginaalisessa asemassa. Naiset eivät ole urheilijoiden joukossa marginaali kuitenkaan siinä suhteessa, että heitä olisi miehiin verrattuna vähän. Urheilevia naisia on lähes yhtä paljon kuin miehiäkin. Naisen asema huippu-urheilijana ja ammatin harjoittajana voi olla silti todella hankala. Naisten asemaa urheilumaailmassa hankaloittaa median heikon arvostuksen lisäksi raha, jolla on suuri valta urheilumediassa. Lähdin tekemään tutkimusta siksi, että minua kiinnostaa saada selville miten epäoikeudenmukaiseksi huippu-urheilijanaiset itse kokevat median, joka nostaa aina miehiä korkeammalle. Vai kokevatko he asian niin? Naiset treenaavat kuten miehetkin, menestyvät kuten miehetkin, mutta näkyvyys mediassa jää vain marginaaliseksi miehiin verrattuna (Blomqvist 2011).

Tarkastelen naisten medianäkyvyyttä kaikissa viestimissä, mutta ennen kaikkea minua kiinnostaa televisio ja näkyvyys siellä. Etenkin television puolella raha on se, joka ratkaisee. Varsinkin televisiourheilussa miesten näkyvyydellä on selkeä ylivoima kaikkien aikaisemmin tehtyjen tutkimusten mukaan.

## 2 MEDIA, URHEILU JA NAISET

### 2.1 Urheilujournalismin erikoispiirteitä

”Urheilusankaruus on sankaruutta, jossa sankariteot tehdään urheilukentillä. Sankariteot edustavat hyvää muiden ihmisten eli sankarin edustaman yhteisön silmissä. Näin ollen sankari saa merkityksensä sankarina muilta ihmisiltä ajankohdan ja yhteiskunnallisen tilanteen sanelemien ehtojen mukaisesti. Sankari onkin yhteisöä kokoava ja yhteisyyttä tukeva symboli. Sankarin tekemistä sankariteoista media leipoo omia sankarikertomuksia” (Virtapohja 1998, 17).

#### 2.1.1 Urheilujournalismin määritelmä

Urheilujournalismin yksi keskeisistä piirteistä on mukavista urheiluasioista kertominen (Virtapohja 1998, 63). Isänmaallisuus korostuu myös vahvasti urheilujournalismia luonnehtivaksi piirteeksi. Lisäksi urheilujournalismi korostaa sukupuolten roolijakoa (Virtapohja 1998, 63).

Yksi urheilujournalismin ensimmäisistä suurista nimistä, Yleisradiolla selostajana sekä toimittajana toiminut Martti Jukola, kritisoi useasti juuri naisten urheiluharrastusta. Jukolan kaltaiset henkilöt ovat vastuussa siitä, millaiseksi Suomen urheilujournalismi on kehittynyt aikojen kuluessa ja mistä se on lähtöisin. (Pänkäläinen 1998, 13.)

Sankarit ja julkkiset ovat mediabisnekselle nykyään elinehto (Virtapohja 1998, 21). Urheilujournalismi on vahvasti viihteellistä, mikä perustuu sen helppotajuuteen ja dramaattisuuteen (Virtapohja 1998, 65). Urheilujournalismi on myös hyvin tunnepitoista ja siinä korostuu sankarikuvien luominen. Urheilujournalismissa on lisäksi symbolista arvoa. Se, millä tavalla asia kerrotaan on todella tunteikasta ja kielellisesti hyvin kirjavaa. ”Voitto voi tulla puhtaasti, helposti tai komeasti”. (Virtapohja 1998, 65.)

Urheilulehdistössä urheilujournalismiin iskostuivat jo alkuaikoina siinä edelleen keskeisinä olevat teemat kuten kilpaurheilumyönteisyys, sankarihakuisuus sekä

uskollisuus kansallisesti merkittävälle lajeille. Erikoislehdistöstä tavat siirtyivät aina päivälehtiin, radioon sekä televisioon. (Pänkäläinen 1998, 6.)

Nykyisin teemat ovat samat. Ajan kuluessa on muuttunut vain se, mitkä lajit ovat kansallisesti merkittäviä. Esimerkiksi ennen yleisurheilu oli hiihdon ohella merkittävimpiä lajeja, koska sankaritarinoita oli Paavo Nurmen ja Hannes Kolehmaisen tavoin paljon. Nykyään yleisurheilu ei nauti samanlaista arvostusta, vaan ohi ovat menneet jääkiekon kaltaiset menestystarinat. Naisten puolella voimistelun ohitse on kulkenut esimerkiksi paljon mediahuomiota hyvän menestyksen myötä saanut taitoluistelu.

Urheilujournalismissa on kolme merkittävää piirrettä. Urheilujournalistit ovat urheilumiehiä ja siksi se on usein kritiikitöntä. Toinen piirre on se, millä tavalla urheilusta uutisoidaan. Urheilujournalismiin on tullut jäädäkseen se tapa, että uutisoidaan aina edellisen tai saman päivän tapahtumista ja ilmiöistä. Valtaosa jutuista kuvailee mennyttä tapahtumaa, peliä tai siihen liittyvää ilmiötä. Kolmas merkittävä piirre on sitoutuneisuus ennako-odotuksiin. Yhä useammin toimittajat ennakoivat jutuissaan tulevia tapahtumia, ja tällä tavoin toimittaja voi ohjailla tulevaa draamaa haluamaansa suuntaan. (Pänkäläinen 1998, 33.)

### 2.1.2 Urheilujournalismin historiaa

Urheilujournalismin synty on sidoksissa urheiluliikkeen syntyyn. Kyse oli kasvavan nuorisoliikkeen tukemisesta ja pönkittämisestä. Urheilusta alkuaikoina kirjoittivat sellaiset miehet, jotka halusivat tukea urheiluaatteen leviämistä. Vähitellen urheilukirjoittaminen yleistyi päivälehdissäkin. 1920-luvulla päivälehtiin kiinnitettiin ensimmäiset vakituiset urheilutoimittajat, ja lehtiin perustettiin omat osastot urheilua varten. (Virtapohja 1998, 71.)

Alun perin 1920–1930-luvuilla ensimmäiset urheilukirjoitusten tekijät tulivat urheilukentiltä eivätkä opinahjoista. Jutut kirjoitettiin urheilutietämyksen perusteella, ei journalismia tuntien. (Pänkäläinen 1998, 5.) Suomen urheilujournalismin alkutaivalta värittivät lapsenomaisen usko urheiluun sekä innostuneisuus. Uusia toimittajia tulikin usein lisää urheilukentiltä, urheilutovereiden keskuudesta, ja he



tekivät harrastusmielessä kirjoituksia aidosta innostuksesta. Samalla rahapussiin kertyi hieman pohjia. Urheilutoimittajien kerhon puheenjohtaja Arto Laine kirjoitti vuonna 1965: ”Tuskin on tehty kovinkaan tarkkoja laskelmia lehtien urheiluosastojen taloudellisesta kannattavuudesta, mutta ei myöskään urheilulle uskoutuva järjestömies tai urheilija laskelmoi taloudellisesti. Urheiluväen ihanteet ovat edelleen korkeat, eikä ihanteille ole markka-arvoa.” (Pänkäläinen 1998, 5.) Nykypäivän urheilujournalismissa kaikki on kuitenkin kiinni rahasta. Niin media, televisiokanavat, lehdet ja tapahtumat kuin urheilijat itsekin tekevät suuren määrän tuottoa, ja osa viestimistä keskittyykin vain rahan tuottamiseen.

Urheilujournalismin perusteet luotiin urheilulehdissä, erityisesti Suomen Urheilulehdessä 1920-luvun alkupuolelta alkaen (Pänkäläinen 1998, 13). Vuonna 1927 Yleisradion urheilupuolella tehtiin uusi aluevaltaus, kun radion puolella alettiin selostaa urheilutapahtumien vaiheita. Verrattuna sen ajan lehtien hitaaseen uutisvälitykseen, harppaus nopeampaan journalismiin oli hurja. Ensimmäinen suora urheilulähetys lähetettiin vuonna 1929. (Virtapohja 1998, 72.)

Urheilujournalismi kehittyi kovaa vauhtia 1950-luvulla. Radion ja television välinen uutiskilpailu oli yksi syy siihen. Vuoden 1952 Helsingin olympialaiset vauhdittivat urheilun leviämistä ja tiedottamista aina maakuntalehtiin saakka. Se oli merkittävä piristysruiske suomalaiselle urheilujournalismille. (Virtapohja 1998, 80.)

Television puolella ensimmäinen urheilun uutislähetys tuli vuonna 1963, jolloin YLE aloitti Urheiluruudun kanavallaan (Pänkäläinen 1998, 3). Mediaurheilun ajan merkkipaaluiksi voidaan kutsua myös MTV3:n uutistoiminnan aloittamista vuonna 1981, television kanavauudistusta vuonna 1993 ja Neloskanavan käynnistämistä vuonna 1997. Myös vuonna 1985 käynnistynyt kaupallinen radiotoiminta on tuonut oman lisänsä suomalaiseen urheilujournalismiin. (Virtapohja 1998, 64.)

Nopeudesta tuli urheilujournalismissa näiden viestimien myötä yhä suurempi uutisvaltti. Samalla syntyi tilausta iltapäivälehdille ja erilaiselle journalismille, kun lehdet alkoivat julkaista enemmän tausta- sekä henkilöjuttuja. (Virtapohja 1998,

80.) 1990-luvulla urheilujournalismi sai muun journalismin ohella moni-ilmeisyyttä, kun perinteisten urheilukanavien television, sanomalehtien ja radion rinnalle tulivat online-palvelut; tekstitelevisio sekä internet. Online-journalismi toi nopean tiedonvälityksen urheilujournalismiin. Yksi 1990-luvun urheilujournalismin muokkaajista oli vedonlyönnin aloittaminen vuonna 1993. Se korosti entisestään nopean tiedonvälityksen merkitystä. Samalla myös taustoittava journalismi tuli tärkeämmäksi, koska vedonlyöjät halusivat perusteellista tietoa, ennen kuin sijoittivat rahojaan peliin. (Virtapohja 1998, 64.)

### 2.1.3 Urheilujournalismin nykytila

Urheilujournalismia on kritisoitu paikoin voimakkaastikin. Urheilujournalismin arvostelu kohdistuu usein lähdekritiikittömyyteen, puolueellisuuteen, urheilukielen liioittelevuuteen ja toimittajien itsekritiikittömyyteen. (Virtapohja, 1998, 67.) Usein kritisoidaan juuri urheilutoimittajien kouluttamattomuutta, sitä etteivät he osaa analysoida omia töitään, eivätkä kykene arvioimaan niitä. Martti Huhtamäki (1985) on syyttänyt urheilutoimittajia muun muassa tavanomaisuudesta, jolloin uusia poikkeavia näkökulmia ei tuoda esille, sekä hampaattomuudesta, jolloin päättäjät päästetään liian helpolla. Tähän samaan listaan kuuluu myös sidonnaisuus, jolloin ollaan liian lähellä sekä urheilijoita sekä urheilujohtoa ja päättäjiä. (Pänkäläinen 1998, 7.)

Helsingin Sanomien Jouko Jokinen (1990) on jatkanut samalla linjalla kuin Huhtamäki myöhemminkin. ”Urheilukirjoittamisen perinne on huono. Se on journalistisesti ohut, kritiikitön, epäanalyttinen, nationalistinen ja sokeasti innostunut.” (Pänkäläinen 1998, 7.) Doping ja urheilun kaupallistuminen ovat kuitenkin vauhdittaneet urheilutoimittajien etäisyyttä urheilujärjestelmään (Virtapohja 1998, 67).

Urheilujournalismi on 95 prosenttisesti huippu-urheilusta kertomista. Toimittajat ovat kertoneet tekevänsä juttuja vain siitä, mistä yleisö pitää. Tämä suuntaus on entisestäänkin korostunut. (Pänkäläinen 1998, 5.) Nykypäivänä tämä trendi vain lisääntyy, koska kaikessa on mukana talous ja urheilujournalismi on liiketalou-

dellisen voitontavoittelun työkalu. Yhä suuremmissa määrin media joutuu miettimään mikä vetoaa ihmisiin ja millä saadaan ihmiset kiinnostumaan juuri tästä kyseisestä urheilusta, vai onko sitä mielekästä näyttää ollenkaan. Urheilulähetykset ovat menneet varsinkin televisioissa tähän voiton tavoitteluun suurten urheilutapahtumien näyttöoikeusmaksujen vuoksi.

Nykypäivänä etenkin televisio määrittää marssijärjestyksen urheilukentillä. Aluksi TV- ja radiointioikeuksista oli huonoja kokemuksia. Pelättiin esimerkiksi, etteivät ihmiset löydä enää paikan päälle seuraamaan urheilua. Nykyään monet liigat ja niiden aikataulut sekä otteluaikojen suunnittelu lähtee TV-oikeuksista saatavista maksuista. TV-oikeuksien sopimusten käytäntö vakiintui 1980-luvulla. (Pänkäläinen 1998, 16.)

Urheilujournalismi, media ja ennen kaikkea televisio ovat muokanneet monia lajeja tälle alustalle sopivaksi. Ei pelkästään median vuoksi, mutta myös median vuoksi. Esimerkiksi jääkiekkoa on helppo näyttää televisiossa sen vaivattoman videoinnin takia (Pänkäläinen 1998, 35). Myös hiihtoon on tullut takaa-ajokilpailuja sekä myöhemmin vielä sprinttikilpailuja lähinnä sen vuoksi, että ne ovat katsojalle, ja nimenomaan television katsojalle mielekkäämpiä. Myös suunnistuksen pikamatkat ovat tulleet tällä tavalla lajiin. On vaikea intensiivisesti kuvata suunnistusta mielenkiintoisella tavalla keskellä metsää, kun kaupunkisprintit tuovat kilpailijat lähemmäs katsojia. Tällä tavalla media ja ennen kaikkea televisio muokkaavat urheilua, jopa sen sisältöä ja lajikirjoa.

Televisioinnilla on ollut kuitenkin osin hyviäkin puolia urheiluun. Esimerkiksi olympiakomitea oli pahoissa rahavaikeuksissa 1970-luvulla, mutta TV-oikeuksien ja tapahtumien tuotteistamisen myötä taloudelliset vaikeudet ovat kadonneet tyystin. (Pänkäläinen 1998, 35.)

Televisio on seurannut määrättyjä lajeja tarkasti pitkältä historiasta saakka. Hiihtolajit ovat aina olleet erittäin kiinnostavia suomalaisten keskuudessa, kuten myös jääkiekko ja yleisurheilu. Myöhemmin mukaan tuli autourheilu, joka omalta osaltaan laittoi uusiksi kanavien asemaa "urheilukanavina". Ennen Yleisradiolla oli yksinoikeudella valta-asema urheilujournalismissa, mutta myöhemmin

autourheilun sekä liigakiekon siirtyminen MTV3:lle veivät valta-asemaa toiseen suuntaan (Pänkäläinen 1998, 18).

Edelleen tänä päivänä MTV3 hallitsee suurta osaa urheilutarjonnasta, ja YLE on joutunut luopumaan osasta TV-oikeuksistaan. Nelonen sekoitti kanavien voimasuhteita jonkin verran 1990-luvulla ja 2000-luvun alussa, mutta nyt kanavalla ei ole enää urheiluohjelmia, eikä edes erillisiä urheilu-uutisia.

MTV3 on vienyt perinteiseltä Yleisradiolta sen TV-oikeuksista jääkiekon MM-kisat, jotka ovat pitkään olleet profiloituneet juuri YLE:n TV-kanaville. Myös kansallisten menestyslajien kuten maastohiihdon, yhdistetyn, alppihiihdon ja mäkihypyn maailmancup-oikeuksien siirtyminen MTV MEDIA:lle on vienyt valta-asemaa viime vuosina YLEltä.

## 2.2 Naiset urheilumediassa

”Urheilijan määritelmänä on silmän verkkokalvolle piirtynyt kuva miehestä. Mies on määritelmä urheilijasta. Mies koetaan urheilun symbolina ja huippu-urheilun esikuvana.” Vaikka median mielenkiinto on kohdistunut historiassakin paljon miehiin (Collin & Vuori 1999, 9.), naiset ovat kuitenkin kohottaneet päätään niin urheilussa, menestyksessä kuin urheilumediassakin.

### 2.2.1 Naisurheilun näkyvyys mediassa

Pertti Jukola, yksi suomalaisen urheilujournalismin suurimmista vaikuttajista, on vuonna 1928 kirjoittanut, että naiset kuuluvat sänkykamariin, eivätkä olympiastadionille. Naiset harrastavat urheilua kuitenkin nykyään kuten miehetkin, mutta miehet hallitsevat urheilujulkisuutta. Tutkimuksista on selvinnyt, että naisurheilijasta kiinnostutaan, mitä parempi ja menestyneempi urheilija hän on. Naisista esillä on kolmenlaisia urheilijoita. Ensimmäinen tyyppi on menestyvä nainen, toinen on kaunis nainen ja kolmantena on kahden persoonan urheilija, jonka siviili- ja urheilijaminä eroavat toisistaan. (Pänkäläinen 1998, 23.)

Naisurheilun näkyvyyttä Suomessa, ja ennen kaikkea television puolella, ovat tutkineet Helena Collin sekä Sanna Vuori pro gradu -tutkielmassaan ”Naisten näkyvyys television urheilu-uutisissa”. Heidän tutkimuksestaan käy ilmi, että naisurheilijat ja heidän urheilulajinsa ovat aliedustettuina urheilu-uutisissa, etenkin tämä näkyy joukkueurheilijoiden kohdalla. Aikaisemmatkin tutkimukset ovat osoittaneet, että naiset ovat aliedustettuina urheilumediassa. (Collin & Vuori 1999, 2.)

Tutkimus naisten näkyvyydestä television urheilu-uutisissa toi myös selkeästi esille sen, että yksilölajien edustajat saivat mediassa isomman näkyvyyden verrattuna joukkueurheilijoihin. Naisten näkyvyys oli tutkimuksen mukaan myös suurempaa niin sanotuissa naistenlajeissa. (Collin & Vuori 1999, 74.)

Naisten asema Suomen, ja oikeastaan minkä tahansa muunkin maan, mediakentässä on hieman hankala. Historia vie kaiken huomion miehiin, sillä urheilijan ammatti on aina ollut miehinen. Vaikka naisille onkin tullut menestystä urheilussa ja Suomessa menestyneimmät urheilijat ovat yhtäläillä naisia kuin miehiäkin, on uutisointi ja mediahuomio silti täysin epäsopusuhtaista. Tämä kaikki johtuu siitä, että miesten edustamia urheilulajeja seurataan enemmän ja intensiivisemmin, ja myös faneja on enemmän. Koska katsojia on enemmän, löytyy myös rahaa. Raha tuo näkyvyyttä, ja sen avulla mediasta on helpompi saada tilaa ja aikaa.

YLE on julkisena kanavana Collinin ja Vuoren (1999) tutkimuksessa tasarvoisempi kuin kaupalliset kanavat. Naisten uutisten osuus verrattuna kaikkiin urheilu-uutisiin väheni selvästi, kun siirryttiin julkisilta kanavilta kaupallisille. (Collin & Vuori 1999, 54.) Vaikka tämä tutkimus on tehty viime vuosikymmenen puolella, ei suurta muutosta ole urheilumediassa edelleenkaan havaittavissa.

Vaikka Collin ja Vuori (1999) keskittyvät vain televisioutisten tarkasteluun, on sama jako miesten ja naisten urheilun uutisoinnissa mediassa näkyvissä muissakin viestimissä. Tiedotusvälineiden on todettu keskittyvän miesten urheiluun, pääosin miesten kilpa- ja huippu-urheiluun. Yksilölajeja harrastavat naiset ovat esillä lähinnä suurkilpailujen aikana, mutta naisten joukkueurheilu näkyy tiedo-

tusvälineissä vain todella harvoin. Lisäämällä naisten urheilusta tiedottamista tiedotusvälineissä, voisi se auttaa myös lisäämään naisten tuleamista useammin katsoja- ja lukijakuntaan. (Liikunnan ja urheilun maailma 12/2011.)

”Eri maissa tehdyissä tutkimuksissa on todettu, että naisten marginalisointi näyttää olevan hyvin pysyvä ilmiö. Vaikka viime vuosikymmenien aikana mediaurheilun lisääntymisen myötä naisten urheilemisesta uutisointi on laajentunut, niin naisten urheileminen on edelleen mediaurheilun marginaaleissa” (Pirinen 2006).

### 2.2.2 Naisurheilun historia mediassa

Naisurheilun heikoksi mielletty arvostus ja vähäinen naisurheilijoiden näkyvyys mediassa ovat peruja jo pitkältä historiasta. Naisurheilijoita on vastustettu julkisesti hyvinkin arvovaltaiselta taholta. Esimerkiksi nykykuotoisten olympialaisten isä, Pierre de Coubtin, vastusti naisten urheilua viimeiseen asti. Nykyään olympialaiset kuitenkin pyrkivät edistämään tasa-arvoa kaikin tavoin.

Naisten nyrkkeily hyväksyttiin olympialajiksi vuonna 2009, mikä tarkoittaa, että ensimmäistä kertaa Lontoossa naisilla oli oikeus osallistua kaikkiin kesäolympialaisissa oleviin lajeihin (LUM, 9/2012).

Historiassa naiset eivät ole saaneet urheilla läheskään kaikissa samoissa lajeissa kuin miehet. Se näkyy myös mediassa. Miesten näkyvyys mediassa on riippunut siitä, että urheilu on ollut sallitumpaa miehille kuin naisille. Miesten urheilusta myös rakennettiin tämän päivän tapaan useammin draamaa, joka löi läpi myös uutisissa. (M. Rantala 2011, 121.)

Maria Rantala tutkii omassa pro gradu -tutkielmassaan (2011) naisurheilun kuvaa Suomen Urheilulehdessä vuosina 1954–1969. Rantanen huomauttaa, että vaikka 2000-luvulle tultaessa naiset urheilevat kaikissa lajeissa ja kaikilla matkoilla kuten miehetkin, on naisten osuus kuvista Suomen Urheilulehdessä vielä vuosina 2009–2010 alle kymmenen prosenttia. Vuosina 1954–1969 se oli yhdeksän prosenttia. (M. Rantala 2011, 121.)

Suomen Valtakunnan Urheiluliiton SVUL:n mukaan 1950–1960-luvuilla naisur-

heilijoita oli 16–22 prosenttia kaikista urheilijoista. Kun näitä lukuja vertaa, niin naisten osuus oli kuvista noin puolet siitä, mitä SVUL:n jäsenmäärien perusteella olisi voinut olettaa. Miesten vastaava luku oli harrastajamääriin verrattuna kaksinkertainen. (M. Rantala 2011, 121.)

Suomen Urheilulehdissä naisurheilijan toivottiin olevan nuori, kaunis ja hymyilevä. Joskus kuvia ja juttuja julkaistiin näistä syistä, mutta pääosin nainen oli myös lehdessä menestyksensä vuoksi. Kuvaan avautuvat haarat näyttivät kuitenkin olevan yksi tavoitelluimmista kuvakulmista naisten kuvissa. (M. Rantala 2011, 15.)

Historiassa nainen ei koskaan saanut esiintyä kuvissa kaikkensa antaneena, toisin kuin miehet. Kuten nykyäänkin, naisen piti aina olla sievä vienosti hymyilevä ja hallitun näköinen. (M. Rantala 2011, 125.)

Naisurheilun näkyvyys oli tuolloin yhtä heikkoa kuin tänäkin päivänä. Kuusi vuosikymmentä sitten naiset pitivät huolta ulkonäöstään saadakseen urheilla. Samaa tekevät tämän päivän huippu-urheilijaiset, ja vielä samasta syystä, voidakseen urheilla. (M. Rantala 2011, 128.)

### 2.2.3 Naisurheilun nykytila mediassa

Olympiamitalia tai MM-mitalia pidetään sankarillisuuden kuvana. Kun olympialaiset ovat tasa-arvoiset, onko naisurheilukin ehkä lähempänä tasa-arvoista asemaa? Tasa-arvoisen aseman myötä voi pienin askelin myös naisurheilun mediakuva muuttua parempaan suuntaan. Naisurheilijoiden osuus maajoukkueurheilijoista oli viime vuosituhannen vaihteessa 33 prosenttia. Collin & Vuori pohtivat omassa tutkimuksessaan myös sitä, miten naisurheilun arvostus nousi. Koska naisurheilijoiden medianäkyvyys ja osuus urheilu-uutisissa ovat paljon prosenttilukemia pienempi (näkyvyys vain noin 10 prosenttia) on arvostuskin joiltain osin vääristynyt. Näkyvyyden lisääminen auttaisi naisten urakehitystä, sponsoreiden saamista sekä auttaisi parantamaan naisurheilun kuvaa ja näin ollen parantaisi arvostusta. (Collin & Vuori 1999, 72–73.)

Vuoden 2012 Lontoon olympialaiset voisi laskea Suomessakin naisten olympiakisoiksi. Naiset toivat Suomeen enemmän mitaleja Lontoosta kuin miehet. Suuri askel maailmanlaajuisesti oli myös Saudi-Arabian, Qatarin sekä Brunein ensimmäiset naisurheilijat kisoissa. Tätä päätöstä edelsi pitkään jatkunut kansainvälisen olympialiikkeen painostus.

Vielä tätäkin suurempana asiana naisten urheilun sekä mediaurheilun kannalta on mielestäni se, että USA lähetti Lontoon olympiakisoihin enemmän naisurheilijoita kuin miesurheilijoita.

Pia Rantala (2006) on tutkinut omassa pro gradu -tutkielmassaan millaista on olla huippu-urheilijana vuonna 2000-luvun urheilukulttuurissa ja mediassa. Naisurheilijoiden kohdalla median kiinnostus voi helposti siirtyä urheilun ulkopuolisille sivuraiteille. Lehtitekstit, jotka kertovat urheilijoista muuta kuin urheilutuloksia, ovat yleensä yleisölle kiinnostavia. Tutkimuksessa haastateltavat urheilijat pohdivatkin, että median suhteen on oltava varovainen, jotta oma yksityisyys pysyy hallinnassa. Jokainen urheilija oli kuitenkin sitä mieltä, että mediasta oli hyötyä lajille sekä omalle urheilu-uralle medianäkyvyyden ja niiden kautta tulevien sponsoreiden vuoksi. (P. Rantala 2006, 55.)

Pänkäläinen (2006) on todennut Suomalainen urheilujournalismi -teoksessaan, mitä viihteellisemmäksi urheilu tulee ja mitä enemmän se esineellistyy, sitä enemmän on kysyntää naisurheilijoille. Vaikka miehet edelleenkin seuraavat ja arvostavat enemmän kunnon kovatasoista urheilua, mutta kun kova ydin hämärtyy oheistoiminnan alle, saattaa naisurheilu kiinnostaa mieskatsojia enemmän. (Pänkäläinen 1998, 23.)

Naisurheilijoiden kuva seksuaalisuudesta on myös herättänyt keskustelua, varsinkin tasa-arvoaltuutettujen suunnalta. Lehdissä ja internetissä äänestetään olympialaisten seksikkäintä naisurheilijaa. Urheilijanaiset ovat usein lehtien kansissa ja haastatteluissa ulkonäkönsä vuoksi hyvin vähissä vaatteissa, eikä tätä esittämistapaa ole aina edes yritetty verhota urheilijan rooliin. Esimerkki on taitoluistelija Kiira Korvesta Iltalehden internet-sivujen viihdesivuille kirjoitettu



juttu, joka käsitteli hänen valintaansa maailman 21. seksikkäimmäksi naiseksi (Iltalehti 05.01.2011). (Blomqvist 2011, 21–22.)

Sarita Blomqvist (2011) on omassa pro gradu -tutkielmassaan ”Tytöt tahtoo pitää hauskaa” tutkinut YLEn Urheiluruudun naiskuvaa. Blomqvist on tutkinut sitä, miten paljon ja millaista roolia naiset esittävät Urheiluruudussa. Blomqvist on havainnut, että lähes poikkeuksetta uutislähetysten lähtöjuttuna on miesurheilijoista kertova juttu. Aineiston lähetyksistä 60 prosenttia alkoi miesurheilijoista kertovalla jutulla. Naisurheilijoista kertovat jutut pääsivät lähtöjutuiksi vain 12 prosentissa lähetyksistä. Loput lähtöjutut olivat molemmista sukupuolista kertovia. Naisurheilijat pääsivät päättämään yhtä suuren osan lähetyksistä kuin aloittamaan eli 12 prosenttia lähetyksistä. (Blomqvist 2011, 37.)

Blomqvistin (2011) tutkimus tuo esille myös sen, että Urheiluruudussa esiintyy yhtä paljon naispuolisia yksilöurheilijoita kuin joukkueurheilijoitakin. Tämä on päinvastainen tulos, kuin mitä edelliset tutkimukset ovat antaneet ymmärtää (mm. Vuori & Collin 1999). Vaikka tämä tutkimus antoikin uudenlaisen kuvan yksilö- ja joukkueurheilijoiden esiintymisestä, laadullinen tarkastelu antaa viitteitä siitä, että tämä ei ole koko totuus.

Blomqvistin (2011) tutkimuksen mukaan naisurheilijat ovat edelleen poikkeus tavallisesta uutisvirrasta television urheilu-uutisissa Yleisradionkin puolella. Vaikka Yleisradion pitäisi olla puolueeton sekä ajaa tasa-arvoa ja ennen kaikkea olla ulkopuolella rahan vallan kanssa kamppailevista mainoskanavista, näin ei tutkimuksen mukaan ole.

Koska televisiourheilu on sidoksissa rahaan, on myös tässä kohtaa television urheilu-uutisten tarkasteleminen hieman lehtiä epätasa-arvoisempaa. Mutta siltikin se antaa oikeanlaisia viitteitä siitä, mihin suuntaan naisurheilijoiden media-arvostus ja näkyvyys ovat kehittymässä. Jos naisten lajeille ei saada enempää sponsorirahaa tai muuta avustusta, ei naisurheilun tila mediassakaan parane.

Urheiluruudussa ainoastaan naisia käsitteleviä juttuja oli vain 9 prosenttia kaikista jutuista. Haastateltavien puheajasta naiset saivat vain 14 prosenttia. Nämä prosenttiluvut puhuvat vahvasti marginaalisuuden puolesta. Tämän lisäksi nai-

set jätettiin usein vain maininnaksi lähetyksen loppuun. Hyvin usein juuri lähetyksen loppu oli se ainoa paikka, jossa naiset urheilu-uutisissa näkyivät. (Blomqvist 2011, 99.)

Kun on keskusteltu paljon naisurheilun ja naisurheilijoiden näkyvyyden parantumisesta muun muassa hyvän olympiamenestyksen vuoksi, ei ainakaan sitten vuoden 1999 ole tapahtunut muutosta. Collinin & Vuoren (1999) tekemässä tutkimuksessa, 12 vuotta ennen Blomqvistin tutkimusta, naiset saivat 13 prosenttia urheilu-uutisten ajasta. (Collin&Vuori 1999, 72.) Collinin & Vuoren tutkimuksessa YLE oli tasa-arvoisin kanava. Jos vastaava luku nyt Blomqvistin YLE:n näkökulmasta tehdyssä tutkimuksessa vuonna 2011 oli 9 prosenttia, selkeää parannusta ei ole havaittavissa. Ero on kuitenkin vain hyvin pieni 4 prosenttiyksikköä, jolloin ei suoraan pysty väittämään, että kyse olisi myöskään vähenemisestä.

Blomqvist (2011) huomauttaa tutkielmansa tulosten pohjalta, että näyttäisi siltä, että YLEkin on edelleen mukana työntämässä naisurheilijoita median marginaaliin, ja vahvistamassa ennakkoluuloja sekä stereotyyppioita naisurheilun näkyvyydestä ja vakavasti otettavuudesta.

Onko YLE:n pakko taistella mainoskanavien kanssa katsojaluvuista esittämällä niitä samoja rahalla näytettäviä miesten urheilulajeja, kun ei ole mainostajista ja rahatuloista kiinni? Onko kilpailu niin kovaa, että YLE:n on lähdettävä mainosrahoitteisten urheilukanavien, MTV3:n, Ilta-Sanomien ja Iltalehden matkaan näyttämällä vain suosikkilajeja, jotka tuottavat rahaa?

## 3 TUTKIMUSMENETELMÄT

Tutkimuksen tarkoitus oli selvittää naisurheilijoiden käsitystä omasta medianäkyvyydestä. Tutkimusmenetelmänä käytin internetkyselyä, jossa huippu-urheilijat pohtivat eri näkökulmista naisurheilijoiden näkyvyyttä erilaisissa medioissa. Kysely sisälsi sekä avoimia että monivalintakysymyksiä.

### 3.1 Tutkimuksen tarkoitus

Tämän tutkimuksen tarkoitus oli selvittää ja kartoittaa sitä, mitä mieltä huippu-urheilijanaiset ovat omasta mediakuvastaan sekä medianäkyvyydestään, sekä millaiseksi he kokevat median roolin ja median tavan toimia naisurheilijan näkökulmasta.

Tutkimuksen tarkoitus oli luoda kuvaa siitä, ovatko naisurheilijat itsensä mielestä mediassa vain marginaalissa, ja haittaako miesten dominointi urheilun mediakentillä. Tarkoituksena oli myös selvittää näkevätkö naisurheilijat median positiivisena, negatiivisena, haastavana, tai ahdistavana. Millaisen kuvan media on luonut itsestään naisurheilijan silmin? Selvitin myös perusasioita, kuten miten usein urheilijat ovat tekemisissä median kanssa ja missä välineissä. Naisurheilijoiden mediakuvasta ja näkyvyydestä puhumisessa ei voinut sivuuttaa myöskään kauneus- ja seksikkyydaspektia.

Minulla oli käsitys alun perin siitä, mitä mieltä naiset voisivat asiasta olla. Uskoin, että mukana olisi katkeroituneita urheilijoita, jotka haluaisivat elättää itsensä urheilulla, mutta jotka eivät voi tehdä sitä huonon medianäkyvyytensä ja sitä kautta vaikean rahallisen tilanteensa vuoksi. Suomessa on paljon erittäin hyvin kansainvälisesti menestyneitä naisurheilijoita ja uskoin, että edes osa heistä olisi sitä mieltä, että arvostus on heikkoa tai jopa luvattoman huonoa niin kuin aiemmat tutkimukset ovat osoittaneet (mm. Blomqvist 2011). Tutkimuksen tarkoitus oli siis selvittää naisten näkemyksiä monelta eri kantilta median kanssa toimimiseen ja mediassa näkymiseen.

### 3.2 Tutkimusmenettely ja -menetelmät

Tutkimusprosessissa lähdin aineistolähtöisesti keräämään tietoa ja näkökulmia. Tein naisurheilijoille kyselytutkimuksen internetiin, jossa etsin näkökulmia naisurheilijoiden mediakuvaan ja -näkyvyyteen. Tutkimuskysymysten ja vastausten perusteella tutkin aineistoa sekä kvalitatiivisesti että kvantitatiivisesti.

Kvantitatiivista tutkimusmenetelmää hyödynsin esimerkiksi silloin, kun tutkin sitä, kuinka usein naisurheilijat esiintyvät mediassa. Määrällisestä tutkimuksesta saatiin myös muutama kuvaajaa havainnollistamaan eroja.

Kvalitatiivisessa tutkimuksessa kyselyyn teetettiin kysymyksiä, joihin vastaaja sai itse rakentaa vastauksen omin sanoin ilman määrättyjä rajoja. Laadullista tutkimusta edustivat esimerkiksi seuraavat tutkimuskysymykset: arvostetaanko naisurheilua mielestäsi tarpeeksi ja millaisten lajien naiset edustajat uskot olevan eniten mediassa näkyvillä?

Tutkimuksessa suurempi painoarvo on laadullisella tutkimuksella. Tutkimuksessa en pitänyt niinkään tärkeänä esimerkiksi sitä, kuinka usein naisurheilijat olivat mediassa, vaan ennen kaikkea sitä, miksi he uskoivat olevansa niin vähän tai paljon mediassa. Tärkeämpi rooli tutkimuksessa oli havaita, millaisia johtopäätöksiä naiset olivat tehneet ja oliko heillä ymmärrystä asioiden todenperäisyyksistä.

### 3.3 Aineiston hankinta

Hankin aineistoni internetin kyselytutkimuksen kautta. Menetelmän valitsin siksi, että se on nopea, tavoittaa urheilijoita vaikka kesken kilpailukauden toiselta puolelta maailmaa ja on ennen kaikkea vastaajalle helppo ja vaivaton. Yhtä lailla olisin voinut valita menetelmäksi ryhmä- tai yksilöhaastattelun, jossa keskustelemalla urheilijoiden kanssa olisi voinut pohtia samoja kysymyksiä. Päädyin kuitenkin kyselytutkimuksen kannalle siitä syystä, että uskon tavoittaneeni enemmän urheilijoita ja laajemmalta kentältä avoimen kyselyn kautta. Tällä ta-

valla sain vastauksia todella monen lajin edustajalta ja tulokset ovat näin ollen uskoakseni monipuolisemmat, ja erilaisia näkökulmia on nyt enemmän.

Tutkimuskysymykset lähtivät yhteensä 15 lajiliittoon viestintäpäälliköille, toiminnanjohtajille tai sihteereille, joiden kautta kysymykset välittyivät huippu-urheilijoille. Pysin lähettämään kysymyksiä monelle eri lajiliitolle, jotta saisin laajan kattauksen monenlaisten lajien ja urheilijoiden ajatuksista.

Kyselyssä oli mukana perinteisten lajien edustajia kuten maastohiihtäjiä ja voimistelijoita, mutta myös hieman uudempien lajien edustajia. Mukana oli sekä joukkuelajien edustajia että yksilölajien edustajia. Pysin myös hakemaan vastajiin ammattiuurheilijoita sekä amatöörejä. Ennen kaikkea toivoin saavani vastajia, jotka ovat median kanssa tekemisissä paljonkin, ja taas niitä, jotka ovat siellä harvoin. Halusin kuulla näiden ryhmien vastauksia, asettaa niitä vastakkain.

Kyselyyn vastaamiseen meni arviolta 7–15 minuuttia.

### 3.4 Tutkimuskysymykset

Tutkimuskysymyksiä oli yhteensä 13, ja niihin sai vastata nimettömänä. Lajin mukaan voin kuitenkin määritellä millaisena eri lajien edustajat pitävät erilaisia asioita.

Tutkimuksessa lähdettiin liikkeelle siitä, minkä lajien edustajat elättävät itsensä urheilemalla. Aluksi halusin selvittää miten suuri osa naisista on ammattiuurheilijoita.

Seuraavaksi kyselyssä selvitettiin, miten usein urheilijat ovat mediassa, missä välineissä he itse tai heidän edustamansa joukkue on näkyvillä sekä onko näkyvyys paikallista, kansallista vai jopa kansainvälistä näkyvyyttä.

Tämän jälkeen urheilijat saivat pohtia avoimissa kysymyksissä millaisena he näkevät oman medianäkyvyytensä. Vaihtoehtopareina oli positiivinen ja negatiivinen, helppo ja haastava sekä miellyttävä ja ahdistava.

Urheilijoilta kysyttiin myös, arvostetaanko heidän mielestään naisurheilua tarpeeksi? Onko eroa sillä, mikä laji näkyy mediassa ja mikä taas ei? Minkä lajien he itse uskovat olevan parhaiten näkyvillä mediassa? Onko urheilun ulkopuolisilla seikoilla vaikutusta näkyvyyteen?

Viimeisenä kyselyssä haettiin vastakkainasettelua naisten ja miesten urheilun näkyvyyteen. Naisurheilijoilta kysyttiin, miksi he uskovat miesten urheilun olevan kiinnostavampaa ja enemmän näkyvillä?

## 4 AINEISTON ANALYYSI

Tutkimukseen vastasi yhteensä 49 urheilijaa. Vastauksia tuli yhteensä kahdeksan eri lajin edustajilta. Nämä lajit ovat joukkuevoimistelu, telinevoimistelu, suunnistus, voimannosto, lentopallo, salibandy, uinti ja maastohiihto.

### 4.1 Ammattilainen vai amatööri?

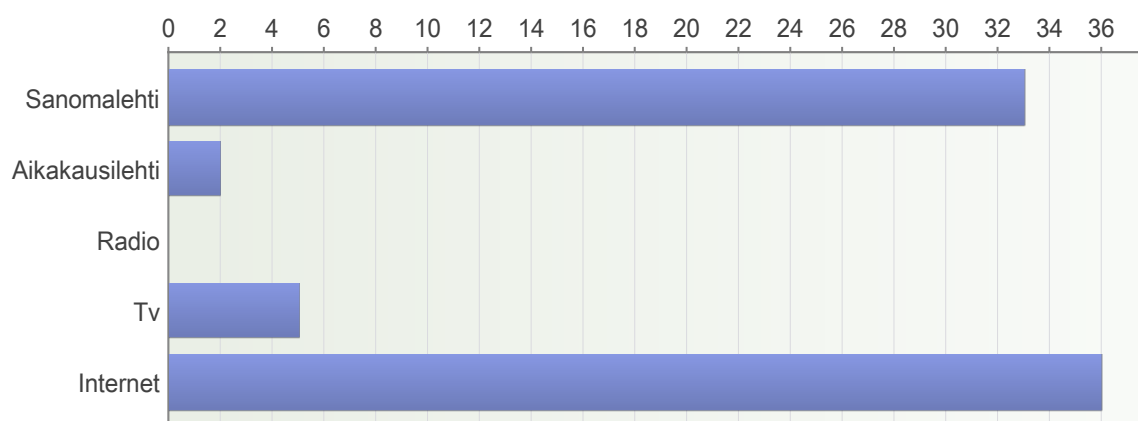
Vain 16,3 prosenttia vastaajista kertoi elättävänsä itsensä urheilulla. 83,7 prosenttia eivät pystyneet urheilemaan täysipainoisesti, vaan urheilivat harrastusmielessä amatööreinä, mutta kuitenkin lajinsa huipulla. Vastaajista 16,3 prosenttia kertoi olevansa ammattiurheilijoita, joka tarkoittaa kahdeksaa naista kaikista vastanneista. Loput 41 naista eivät siis olleet täysipäiväisiä ammattiurheilijoita.

Vain kolmen lajin edustajilla oli mahdollisuus elättää itsensä urheilemalla. Nämä lajit olivat lentopallo, uinti ja suunnistus. Uinnin ja suunnistuksen urheilijoista vain noin 12 prosenttia, mutta lentopalloilijoista jopa 75 prosenttia vastaajista elättivät itsensä lajilla. Kaikissa muissa viidessä lajissa (joukkuevoimistelu, telinevoimistelu, voimannosto, uinti ja maastohiihto) ei yksikään kyselyyn vastanneista urheilijoista pystynyt elättämään itseään urheilemalla.

### 4.2 Mistä naisurheilulle mediatilaa?

Urheilijoilta kysyttiin myös missä medioissa heistä on juttuja eniten. Kyselystä selvisi, että selkeästi eniten mediatilaa he saavat niin sanotuista helpoista medioista kuten lehdistä ja internetistä.

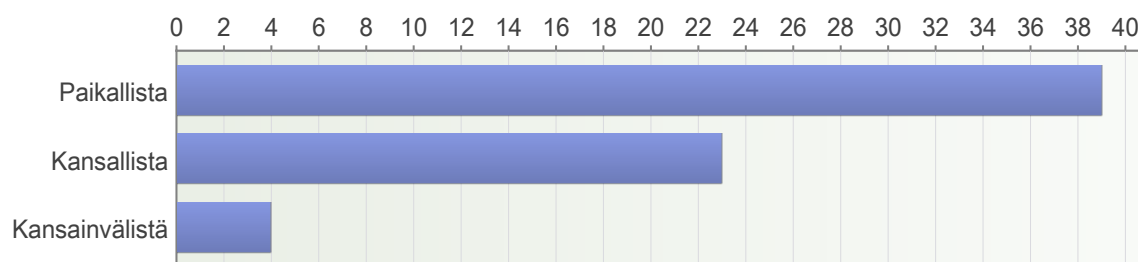
Internetissä näkyvyyttä sai 73,5 prosenttia vastanneista naisista, toiseksi eniten mediatilaa eli 67,3 prosenttia, naisurheilijat saivat sanomalehdistä, TV:ssä 10,2 prosenttia, ja aikakauslehdissä 4,1 prosenttia naisista.



Kaavio 1.

#### 4.3 Naisurheilijoiden näkyvyys usein vain paikallislehdissä

Onko naisurheilijoiden medianäkyvyys paikallista, kansallista vai kansainvälistä? Suurin osa kertoi näkyvyyden olevan paikallista, joka taas selittää edellisen kysymyksen sanomalehtinäkyvyyden. 49:stä vastanneesta 39, eli 79,6 prosenttia naisista kertoi näkyvyyden olevan paikallista. Kansallisen näkyvyyden osuus kaaviossa on suhteellisen suuri, jopa 46,9 prosenttia. Kansainvälistä näkyvyyttä vastaajista saa ainoastaan 4 naista, joka on 8,2 prosenttia kaikista vastaajista.

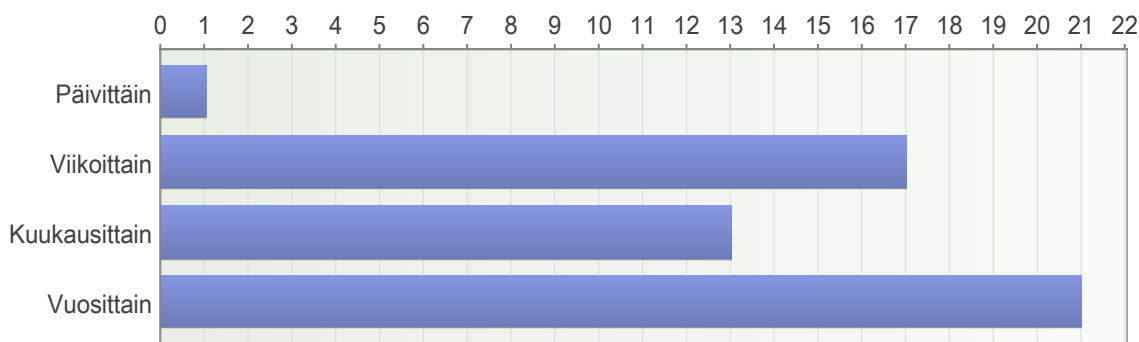


Kaavio 2.



#### 4.4 Päivittäinen medianäkyvyys harvinaista

Se, miten usein naisurheilijat ovat näkyvillä mediassa, on tutkimuksen mukaan lajisidonnaista. Yksi kyselyyn vastanneista naisista kertoi olevansa päivittäin mediassa. Viikoittain median kanssa yhteydessä on 38,8 prosenttia vastaajista, kuukausittain 26,5 prosenttia ja vain noin kerran vuodessa mediassa on lähes puolet vastanneista, noin 42,9 prosenttia eli 21 urheilijaa.



Kaavio 3.

#### 4.5 Positiivista, helppoa, haastavaa ja miellyttävää medianäkyvyyttä

Kaikki kyselyyn vastanneet naisurheilijat kokivat, että medianäkyvyys on positiivista. Suuressa osassa vastauksista naiset laittoivat lajin tunnettavuuden tärkeimmäksi. Kaikki näkyvyys on siis positiivista, sillä se tuo lajista esiin yleensä vain hyviä asioita.

”Koen mediassa näkymisen positiivisena asiana lajimme näkyvyyden kannalta. Joukkuevoimistelu on lajina Suomessa ja maailmalla hyvin pieni. Jos lajin näkyvyyttä lisättäisiin joukkoviestimissä toisi se lajia esille. Tätä kautta mahdollisesti harrastajamäärät ja tietämys lajista kasvaisi.” (joukkuevoimistelija)

Kyselyssä selvitettiin naisurheilijoilta myös sitä, kokevatko he oman medianäkyvyytensä helppona vai haastavana. Suuri osa naisista ymmärsi kysymykseni niin, että onko näkyvyyttä helppoa vai haastavaa saada. Kysymykseen tuli erittäin mielenkiintoisia vastauksia, sillä useat vastaajat olivat sitä mieltä, että uu-

tiskynnyksen ylittäminen naisurheilijana on haastavaa. Vaikka itse yrittäisi ottaa yhteyttä mediataloon, on jutun lehteen tai muuhun uutisvälineeseen saaminen silti suuren työn takana. Eräs vastaajista oli myös huolissaan siitä, ettei hänen lajissaan riitä edes maailmanmestaruuden voittaminen medianäkyvyyden saamiseksi.

”Pidän sitä hyvin haastavana. Oman lajin piirissä medianäkyvyyden saaminen ei ole vaikeaa, mutta kansallisen uutiskynnyksen rikkominen on haasteellista. Eri-tyisesti naisurheilija ja pienet rahat sekä laji jolla ei olympiastatusta, heikentävät lajin asemaa mediassa.” (joukkuevoimistelija)

Moni vastanneista esimerkiksi lentopallon, salibandyn ja voimannoston puolelta kertoivat medianäkyvyyden olevan haastavaa, sillä ylipäätään koko lajia ei arvosteta, tai sitten naisten lajia ei arvosteta samoin kuten miesten vastaavaa lajia. Esimerkiksi miesten lentopallo ja lentopallomaajoukkue ovat esillä maan suurimmissakin medioissa jos ei viikoittain niin ainakin kuukausittain. Naisten lentopallo pääsee vain harvoin maan suurimpiin medioihin.

”On vaikea kilpailla mieslentopalloilijoita vastaan, koska he ovat pärjänneet paremmin maajoukkueena. Naisten lentopallomaajoukkue ei ole menestynyt hyvin, mutta olisi hieno saada kovasta työstä joskus arvostusta.” (lentopalloilija)

Urheilijat näkivät median kanssa toimimisen helppona. Suurella osalla vastaajista ei välttämättä ollut mitään kokemusta median kanssa toimimisesta, mutta niillä joilla sitä oli, olivat he kokeneet sen helpoksi. Naisurheilijat totesivat useassa vastauksessa, että median kanssa toimiminen on niin vähäistä, ettei vaikeuksia juuri ole tullut.

Kaikki naisista vastasivat myös näkyvyyden olevan heidän mielestään miellyttävää. Kukaan vastanneista ei ollut kokenut ahdistelua tai revittelevään sävyyn uutisoimista. Hieman ahdistavana naiset kokivat ainoastaan negatiivisen huomion, joka yleensä koski itse urheilua, esimerkiksi huonoa menestystä tai loukkaantumisista uutisointia. Läheskään kaikilla naisilla ei ollut juuri kokemusta median kanssa toimimisesta, koska osassa joukkuelajeista valmentajat ovat hoitaneet median kanssa työskentelyn.

Naiset kokivat näkyvyyden miellyttävänä myös siksi, että heillä suurella osalla olisi kova hinku päästä esittelemään lajiaan ja saada sitä näkyvämmäksi Suomessa. He haluaisivat korostaa omaa lajiaan ja sen hyviä puolia medialle mahdollisimman paljon.

#### 4.6 ”Tasa-arvoon vielä matkaa”

”Tasa-arvoisuuteen on mediassa mielestäni vielä matkaa, mutta mielestäni suunta on oikea! Miesten suorituksia pidetään usein ”miehisenä tekona”, eli että he ovat tehneet suuremman urakan saavutuksensa suorittamiseksi.” (uimari)

Kyselyssä naisurheilijoiden vastaukset naisten lajien ja sarjojen arvostuksesta olivat erittäin moninaisia. Vastauksia tuli väliltä: ei arvosteta, arvostetaan, ehdottomasti ei arvosteta, arvostetaan ja ei arvosteta yhtä aikaa. Erilaisia vastauksia oli yhtä monta kuin vastaajiakin.

Vastasivat he arvostuksen puolesta tai vastaan, niin kaikki kuitenkin olivat sitä mieltä, että arvostus on paranemassa.

”Arvostus on parantunut ajan kanssa, mutta ei ole vielä tarpeeksi arvostettua. Syitä on varmasti tasa-arvoisuuden kasvu ja ammattimainen ote urheiluun myös naisilla.” (salibandyn pelaaja)

Naisurheilijat olivat huomioineet, että urheilu-uutisissa miesten lajit saavat aikaa paljon enemmän kuin naiset, ja heidät on yleensä jätetty vain lyhyiksi maininnoiksi uutisten loppupuolelle. Naiset olivat huomioineet myös, että miesten joukkuelajit saavat paljon enemmän arvostusta kuin naisten vastaavat. Perinteiset naistenlajit jäivät heidän mukaansa lähes ilman minkäänlaista uutisaikaa mediassa ja näin ollen heidän mielestään täysin ilman arvostusta.

Naisurheilijat laskivat kyselyn perusteella arvostuksensa juuri median kautta. Se, kuinka paljon aikaa media heille antaa, on lähes suoraan verrannollinen sen kanssa, kuinka paljon heidän lajiaan ja heitä urheilijoina arvostetaan.

Naiset uskovat kuitenkin, että suuressa kuvassa arvostuksen määrä on miehiin verrattuna tasoittunut. Tähän on heidän mielestään syynä yleinen tasa-arvon parantuminen sekä maailmalla ja Suomessa. Sen lisäksi he uskovat tasa-

arvoistumiseen saavutusten myötä. Vuoden 2012 Lontoon olympialaisten purjelautailun hopeamitalisti Tuuli Petäjä-Síren oli heidän mielestään yksi hyvä esimerkki tästä. He ovat huomanneet, että kansainvälisellä tasolla naiset ovat pärjänneet jopa miehiä paremmin, ja näin näkyvyyttä ja arvostusta on tullut myös täällä Suomessa.

#### 4.7 Yksilölajit näkyvillä

Naisilta kysyttiin myös, millaisten lajien naisedustajien he uskovat saavan eniten mediassa aikaa ja tilaa. Suurimmalle huomiolle he uskoivat naisten pääsevän, kun naisurheilija on menestynyt yksilölajin edustaja. Huomiota saavat myös helpommin ne lajit, joilla on historiassa menestystä, ja joille ladataan paljon odotuksia, kuten esimerkiksi hiihto ja yleisurheilu. Naiset uskovat myös, että ulkonäöllä, esteettisyydellä ja vähillä vaatteilla on vaikutusta medianäkyvyyteen. Moni naisista vastasi tähän taitoluistelun ja Kiira Korven, kansainvälisen menestyksen, lajin kauneuden ja urheilijan markkinoitavan ulkomuodon vuoksi.

”Tällä hetkellä mielestäni taitoluistelijat, esim. Kiira Korpi, ovat olleet paljon esillä. Taitoluistelu on myös naisvaltaisista lajeista poikkeuksellisen seurattu laji. Kiiraa käytetään paljon muun muassa mainonnassa ja hänen uraansa seurataan aktiivisesti kaikissa medioissa.” (joukkuevoimistelija)

Lähes puolet vastaajista oli sitä mieltä, että yksilölajit ovat näkyvämmiin esillä naisten lajeissa kuin joukkuelajit.

#### 4.8 Saavutukset vai ulkonäkö?

Naisurheilijoilta kysyttiin, kokevatko he urheilusaavutusten ulkopuolisten asioiden vaikuttavan medianäkyvyyteen. Jo 1950–60 -luvuilta asti urheilulehtien kuvituksissa on naiset esitetty jonkinlaisina kauneuden ja naiseuden ilmentyminä ja aina hieman seksistisen esittämistavan kautta ( M. Rantala 2011).

Kyselyyn vastanneista naisurheilijoista noin puolet olivat sitä mieltä, että ulkonäöllä on vaikutusta medianäkyvyyteen. Toinen puolikas oli sitä mieltä, ettei

millään ulkopuolisilla avuilla ole merkitystä heidän saamaansa medianäkyvyyteen. Osa vastanneista uskoi, että persoonallisuudella on vaikutusta myös medianäkyvyyteen.

Naisurheilijat pohtivat asiaa siltä kannalta, että kun urheilija on tarpeeksi menestynyt esimerkiksi kansainvälisellä tasolla, ei urheilun ulkopuolisilla seikoilla ole mitään tekemistä medianäkyvyyden kanssa.

#### 4.9 Miehet vs naiset

Viimeisessä tutkimuksen kysymyksessä otin vastakkainasetteluksi naisten ja miesten urheilun. Halusin nähdä, millä tavalla naisurheilijat näkevät sen, että miesten näkyvyys on huomattavasti laajempaa. Naisurheilijat totesivat vastauksissaan lähes jokaisessa vastauksessa, että miesten fyysisyys tekee lajista paljon mielekkäämpää katsojille. Miesten suoritukset koetaan fyysisyyden vuoksi myös paljon näyttävämmiksi kuin naisten. Naisurheilijat pohtivat myös, että miesten lajien kiinnostus voi johtua siitä, että he kamppailevat lajeissaan lähempänä kansainvälistä kärkeä, jolloin kiinnostus lisääntyy. Myös rahan uskottiin olevan syy miesten urheilun kiinnostavuuteen. Osa vastaajista uskoi myös miesten lajien olevan vain naisten urheilua paljon arvostetumpaa.

"Miehillä urheilu on usein kovatasoisempaa ja nopeatempoisempaa, ja tämä luonnollisesti kiinnostaa yleisöä, jota media pyrkii miellyttämään. Mikäli naisten sarjoissa urheilu voisi olla ammatti, olisi naisurheilun taso luultavasti kovempaa ja näin myös medianäkyvyys lisääntyisi" (joukkuevoimistelija)

## 5 TULOSRUUTU-JUTUT MENESTYNEISTÄ NAISURHEILJOISTA URHEILU-UUTISISSA

Opinnäytetyöni tuoteosa koostuu MTV3 Tulosruutuihin talvella 2012–2013 tekemistäni TV-jutuista.

Tuoteosan TV-jutut valitsin niin, että ne tuovat esille menestyksen. Ennen kaikkea jutuissa oli tarkoitus huomioida naisurheilu niin, että katsoja kiinnittäisi huomiota juttujen todelliseen syyhyn, urheilijaan ja hänen menestykseensä. Jutuissa menestynyt urheilija on keskiössä. Juttujen aiheiksi valitsin tarkoituksenmukaisesti kolme toisistaan erilaista aihepiiriä, jotta niissä tulisi esille monipuolisuus ja mahdollisuus juttujen tekoon. Tuoteosani juttuaiheet ovat naisten jalkapallomaajoukkue, taitoluistelija Kiira Korpi sekä aitajuoksija Nooralotta Neziri.

### 5.1 Televisiojutut menestyneistä urheilijoista

Valitsin naisten jalkapallomaajoukkueen esimerkkijutuksi joukkueurheilussa menestyneestä joukkueesta. Kuten aiemmissa tutkimuksissa on tullut ilmi, naisten joukkueurheilu saa todella vähän näkyvyyttä mediassa. Otin jutun esimerkiksi sen vuoksi, että se tuo hyvin esille syyn naisurheilusta uutisoimiseen. Naisten jalkapallomaajoukkue nähdään kesällä 2013 pelattavassa EM-lopputurnauksessa Ruotsissa, jonne valmistautuminen on alkanut leirityksien osalta puoli vuotta aiemmin. Tällainen juttu puoltaa paikkaansa urheilu-uutisissa, sillä joukkue todella on saavuttanut jo jotain nousemalla 12 parhaan maan turnaukseen. Huomiona voisi vielä todeta, ettei miesten jalkapallomaajoukkue ole yltänyt samankaltaiseen suoritukseen historiassa kertaakaan, joten saavutus on Suomen tasolla suuri.

Toiseksi jutuksi valitsin taitoluistelija Kiira Korven, joka kyselytutkimuksessa veikkattiin useasti yhdeksi kiinnostavimmista naisurheilijoista Suomen mediassa. Muut naisurheilijat uskoivat Korven olevan kiinnostava urheilija median mielestä.

Valitsin jutun Kiira Korvesta, koska kyseessä on menestynyt naislajin edustaja. Juttu kertoo kauden avauskilpailusta, jossa Korpi esitteli uuden vapaaohjelman-  
sa ja menestyi kyseisessä kisassa. Juttu myös katsoo eteenpäin taitoluistelijan  
kautta, ja Korpi pohtii jutussa millaisia tavoitteita tulevalle talvikaudelle on ase-  
tettu. Juttu on perinteinen kilpailujuttu menestyneestä urheilijasta, jota seura-  
taan Suomen mediassa tiiviisti.

Kolmanneksi jutuksi valitsin jutun aitajuoksija Nooralotta Neziristä. Juttu oli en-  
nakkojuttu tulevasta kesästä ja henkilökuva siitä, miten yleisurheilija harjoittelee  
talvella. Juttu oli myös ennakkojuttu viikon päästä koittaviin Göteborgin halli-  
EM-kilpailuihin, joissa sittemmin Neziri juoksi aina finaaliin saakka ja teki Suo-  
malaista urheiluhistoriaa ensimmäisenä suomalaisnaisena arvokisafinaalissa  
naisten aitajuoksussa. Juttu siis puolsi paikkansa täysin ennakkojuttuna televi-  
sion urheilu-uutisissa.

## 5.2 Analyysi juttujen toteutuksesta

Jutut onnistuivat mielestäni juuri toivotulla tavalla television urheilu-uutisissa.  
Tällaisia juttuja näkee televisiossa paljon, ja nämä olivatkin aika perinteisiä hen-  
kilöjuttuja naisurheilijoista. Mielestäni jutut tuovat hyvin esille sen, miksi naisur-  
heilijat kuuluvat urheilumediaan miesten tavoin.

Olin jutuissa toimittajana. Haastattelutilanteissa minulla oli kuvaaja ja leikkaus-  
vaiheessa editoin jutun yhdessä leikkaajan kanssa. Jutuissani olen tyytyväinen  
ennen kaikkea kuvitusten onnistumiseen ja mielenkiinnon herättämiseen kuvien  
kautta. Se on televisiossa iso osa kokonaisuutta.

Muillakin tavoin jutut olivat onnistuneita, enkä näin jälkikäteen ajateltuna lähtisi  
muuttamaan mitään. Uutistyössä tapahtuu nopeasti ja niihin pitää pystyä rea-  
goimaan. Jutun valmiiksi saattamiseen on usein aikaa vain tunti tai kaksi. Tässä  
suhteessa olen erittäin tyytyväinen työni jälkeen.

## 6 YHTEENVETO TUTKIMUSTULOKSISTA JA POHDINTAA

Tekemääni kyselytutkimukseen sai vastata anonymiminä, jolloin oletin löytäväni muutaman räväkämmänkin kommentin vastausten joukosta. Oletin edes osan naisurheilijoista olevan katkeria miesurheilun ja -urheilijoiden suureen medianäkyvyyteen ja rahavirtaan sitä kautta. Näin ei kuitenkaan käynyt. Liekö kyse siitä, että jouduin pakostikin pyytämään urheilijoilta tiedon heidän edustamastaan lajista. Kenties kukaan ei uskaltanut vastata peläten tahrivansa oman lajinsa mainetta. Vai voisiko kyse olla todella siitä, että naisten mielestä on oikein tai edes hyväksyttävää, että mediassa aikaa ei saa, eivätkä he voi elättää itseään urheilulla. Kaikkiaan 83,7 prosenttia, eli 49:stä kyselyyn vastanneesta huippu-urheilijanaisestä 41, urheilivat ilman palkkaa, eivätkä elättäneet itseään urheilulla. Vain 16,3 prosenttia eli 8 naista pystyivät elättämään itsensä urheilulla. Koska media ja raha kulkevat käsi kädessä, voisi ajatella, että juuri ainoastaan tuo 16,3 prosenttia on se määrä, joka saa aikaa mediassa. Ja näinhän se todellisuudessa onkin. Loput eli noin 85 prosenttia media-ajasta kuuluu miehille.

Naisurheilijoiden medianäkyvyys kohdistui käytännössä vain sanomalehtiin ja internetiin. Internetissä näkyvyys on ”helppoa”, sillä se voi olla täysin ilmaista tai ainakin halvempaa. Internetiin pienikin juttu löytää tiensä helpommin, koska se on monia muita viestimiä halvempi tuottaa. Myös internetin pienemmät palstat, kuten amatöörien pitämät lajisivut ja seuran omat internetsivut, ovat uskoakseni toimineet tässä kyselyssä osana internetnäkyvyyden tilaa. Naisista kun 73,5 prosenttia kertoi saavansa näkyvyyttä internetistä. Eräs salibandyn pelaaja kertoi saavansa näkyvyyttä päivittäin internetissä. Kysymyksen asettelu mahdollistaa ymmärtää myös tällaiset amatöörien pitämät lajisivut tai seuran ja joukkueen omat sivut osana internetmediaa. Uskoisin tämän yksittäisen salibandynpelaajan saavan tällaista näkyvyyttä.

Sanomalehdissä 67,3 prosenttia naisurheilijoista katsoi saavansa näkyvyyttä. Tämä taas voisi kertoa siitä, että osa lajeista voivat olla pienempiin, ehkä paikal-



lislehtiin sopivia. Tämän päätelmän tein, kun lähes 80 prosenttia naisista kertoi näkyvyyden olevan paikallista, ja oikeastaan tämän päivän paikallista julkisuutta ja medianäkyvyyttä voi saada vain sanomalehdistä. Voikin todeta, että naisurheilijoita tuetaan näin ollen paikallisella näkyvyydellä hyvin.

Kaavio 1. myös selventää, että raha-ahneimmat ja kiinnostavuuden kautta töitä tekevät välineet kuten TV, radio ja aikakauslehdet ovat naisurheilijoille näkyvyyskanavana pieniä, kuten jo edellä tehtyjen aiempien tutkimusten myötä on selvinnyt.

Naisurheilijoista yksikään ei kertonut medianäkyvyyttä tulevan radiosta. (kts. kaavio 1.) Tämä herättää pohdintaa, ja syyksi voisi ehdottaa muutamaa eri vaihtoehtoa. Urheilijat eivät välttämättä tiedä olevansa radiossa, eivätkä näin ollen tiedä saavansa siellä näkyvyyttä. Toisena vaihtoehtona voisi ajatella, ettei urheilu-uutisten kertominen tai tapahtumista tiedottaminen radiossa ole ehkä enää tänä päivänä kannattavaa.

Huomionarvioista on myös se, että vain noin kerran vuodessa mediassa näkyvyyttä katsoo saavansa lähes puolet vastanneista eli noin 42,9 prosenttia (kts. kaavio 3.).

Naisurheilun arvostus on puhuttanut paljon. Naisurheilua ei yleensä arvosteta kuten miesten, ja miesten saavutukset nostetaan helposti vähän korkeammalle. Esimerkkinä voisi pitää vaikka yleisurheilun kuninkuuslajia 100 metrin juoksua. Muistaako kukaan kuka voitti Lontoon olympialaisissa 2012 naisten 100 metrin sileän? Tuskin. Suurin osa aktiivisesti urheilua seuraavista tietää, kuka voitti miesten vastaavan matkan, Jamaikan Usain Bolt.

Tutkimuksessani siitä, miten naisurheilijat näkevät oman medianäkyvyytensä, löysin paljon sellaisia asioita, joita oletinkin saavani vastauksiksi ennen niiden lukemista. Vastanneet ymmärsivät todella hyvin median problematiikan ja näkyvyytensä tai sen puutteen syyn, jopa yllättävänkin hyvin. Naiset perustelivat vastauksia esimerkiksi siihen, miksi miehet ovat esillä mediassa, ja minkälaisien naislajien edustajat saavat media-aikaa. Naisten vastaukset olivat hyvin lähellä aiemmin tehtyjä tutkimuksia aiheesta.

Medianäkyvyyttä ajatellen vastaukset olivat myös sellaisia, joita osasin olettaa. Se, kuinka usein tai missä välineissä näkyvyyttä tulee, on myös kiinni lajista, jota harrastaa. Jos esimerkiksi kyselyyn olisi vastannut maastohiihtäjiä, alppi-hiihtäjiä, koripalloilijoita tai jääkiekkoilijoita, tulokset olisivat voineet olla täysin toisenlaiset.

Tutkimuksessa monet seikat toivat esiin uusia kysymyksiä. Onko lajilla suoranaisesti vaikutusta mediaan, jossa urheilija näkyy? Kuinka suuri osa todellisuudessa kaikista naisurheilijoista elättää itsensä urheilulla? Tutkimisen arvoinen asia olisi myös esimerkiksi se, löytyykö lajien sisällä selkeitä yhtäläisyyksiä, vai ovatko naiset lajin sisälläkin medianäkyvyyttä koskevista asioista montaa mieltä? Tutkimukseen olisi ollut myös mahdollista ja mielenkiintoista haastatella mediatalojen urheilutoimituksia ja niiden päälliköitä naisten näkyvyydestä, ja esimerkiksi siitä, millaisena he näkevät naisten tilan urheilumediassa.

## LÄHTEET

Blomqvist, Sarita 2011. Tytöt tahtoo pitää hauskaa. Yleisradion urheiluruudun naiskuva. Journalistiikan pro gradu –tutkielma, viestintätieteiden laitos, Jyväskylän yliopisto.

Collin, Hanna & Vuori, Sanna 1999. Naiset television urheilu-uutisissa. Liikuntasosiologian pro gradu –tutkielma. Liikuntasosiologian laitos, Jyväskylän yliopisto.

Liikunnan ja urheilun maailma 9/2012. Lontoo 2012 – Naisten olympiakisat.  
[http://www.slu.fi/lum/numero-9-2012/jarjestot\\_toimivat/lontoo-2012-naisten-olympiakisat/](http://www.slu.fi/lum/numero-9-2012/jarjestot_toimivat/lontoo-2012-naisten-olympiakisat/)

Liikunnan ja urheilun maailma 12/2011. Tasa-arvoaltuutettu (Pirkko Mäkinen) tarkastelee urheilua.

Pirinen, Riitta 2006. Urheileva nainen lehtiteksteissä. Akateeminen väitöskirja. Sosiologian ja sosiaalipsykologian laitos, Tampereen yliopisto. <http://tampub.uta.fi/handle/10024/67579>

Pänkäläinen, Seppo 1998. Suomalainen urheilujournalismi. Tammer-Paino Oy.

Rantala, Pia 2006. Suomalainen huippu-urheilijainainen. Millaisena huippu-urheilijainainen näkee asemansa 2000-luvun urheilukulttuurissa ja mediassa. Kasvatustieteiden tiedekunta, Lapin yliopisto. <http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/63705/5377.pdf?sequence=1>

Rantala, Maria 2011. Ruumis objektina ja subjektina. Naisurheilijoiden valokuvat Suomen Urheilulehdessä vuosina 1954–1969. Pro gradu –tutkielma, historian, kulttuurin ja taiteiden tutkimuksen laitos, Turun yliopisto.  
<http://www.doria.fi/bitstream/handle/10024/70781/gradu2011Rantala.pdf?sequence=1>

Virtapohja, Kalle 1998. Sankareiden salaisuudet. Journalistinen draama suomalaista urheilusankaria synnyttämässä. Gummerus kirjapaino Oy.

## LIITTEET

### Liite 1. Webropol-kysymykset naisurheilijoille:

Vastaathan kysymyksiin aina naisurheilun tai naisurheilijoiden näkökulmasta. Jos on kyse lajistasi, tarkastele sitä naisten näkyvyydellä. Voit mieluusti verrata näkyvyyttä miesten vastaavan lajin näkyvyyteen.

- Edustamasi urheilulaji?
- Elätäkö itsesi urheilulla? Kyllä/ei
- Kuinka usein lajisi (naisedustajat) on esillä mediassa(tv, lehdet, radio, internet)?
  - päivittäin
  - viikoittain
  - kuukausittain
  - vuosittain
- Missä median välineessä sinä tai joukkueesi olette useimmiten näkyvillä?
  - Sanomalehti
  - Aikakausilehti
  - Radio
  - Tv
  - Internet

(voit valita myös enemmän kuin yhden vaihtoehdon)

- Kuinka usein itse tai joukkueesi on median kanssa tekemisissä?
  - päivittäin
  - viikoittain
  - kuukausittain
  - vuosittain
- Onko sinun tai joukkueesi näkyvyys mediassa
  - Paikallista
  - Kansallista

- Kansainvälistä

(voit valita myös enemmän kuin yhden vaihtoehdon)

- Näetkö oman medianäkyvyytesi enemmän
  - positiivisena kuin negatiivisena
    - perustele
  - Helppona vs haastavana
    - perustele
  - Miellyttävänä vs ahdistavana
    - perustele
- Arvostetaanko naisurheilua mielestäsi tarpeeksi?
  - perustele
- Onko naisurheilun arvostus mediassa sinusta parantunut tai huonontunut?
  - Mitä syitä näet tähän?
- Uskotko, että edustamasi urheilulaji on syy siihen, miksi medianäkyvyyttä naisille tulee tai ei tule?
  - Perustele
- Millaisten lajien naisedustajat uskot olevan eniten mediassa näkyvillä?
  - Mitä syitä näet tähän?
- Koetko urheilusaavutusten ulkopuolisilla seikoilla olevan merkitystä medianäkyvyyteen?
  - Millä esimerkiksi
- Mikä tekee miesten lajien pääsarjatason urheilun uutisoitavammaksi kuin naisten?